Les ressources de l'office de tourisme

Grille d'aide à la réflexion

1 – ressources humaines

ITEMS		Exemple	Diagnostic	Appel à projets
Mode d'emploi		*Exemple de réalisation (tout n'est pas à reproduire dans chaque territoire)*	*Le diagnostic prend en compte la situation du territoire au moment de l'appel à projets*	*Avis sur la pertinence de cet item pour le territoire.* *Le cas échéant, action à conduire*
Ressources humaines	Formation collective et continue	L'office de tourisme a élaboré un plan de formation continue pour l'ensemble de son personnel L'office de tourisme a mené une action de GPEC		
	Mutualisation de postes	Certains postes (Animateur Numérique de Territoire, par exemple), sont mutualisés avec d'autres structures		

Bonnes pratiques :

- GPEC : *cf Fabien*

- Mutualisation :

En Pays de Bergerac, le Pays, l'office de tourisme de Bergerac et celui du Pays des Bastides ont mis en commun un certain nombre de moyens humains, notamment pour animer les réseaux sociaux (une seule page Facebook). Contact : Nathalie Girol : ngirol@pays-de-bergerac.com

2 – Marketing de services et valorisation de l'accueil

ITEMS			Exemple	Diagnostic	Appel à projets
Mode d'emploi			*Exemple de réalisation (tout n'est pas à reproduire dans chaque territoire)*	*Le diagnostic prend en compte la situation du territoire au moment de l'AP*	*Avis sur la pertinence de cet item pour le territoire.*
Ressources financières	Adhésion et marketing de services		L'office de tourisme a élaboré une stratégie pour dynamiser les adhésions ou partenariats des professionnels locaux :		
	Valorisation de l'accueil	Boutique	Mise en place d'une boutique au sein du local de l'office de tourisme Création d'une marque de territoire		
		Nouveaux services (poste, billetterie)	L'office de tourisme a contractualisé avec un service public (poste, SNCF) pour mutualiser un service. L'office de tourisme gère la billetterie pour les évènements culturels et festifs locaux L'office de tourisme gère une billetterie pour les activités de loisir et de visite.		
		Vente de brochures	Un certain nombre de brochures sont en vente et ne sont plus distribuées gratuitement.		

Bonnes pratiques :

- Gestion des adhérents par portefeuille :

L'office de tourisme de **Langon-Sauternes** a adopté une stratégie de gestion des professionnels qui permet à chaque membre de l'équipe d'avoir un « portefeuille » d'adhérents qu'il suit directement. Contact : direction@sauternais-graves-langon.com

- Guide du partenariat :

L'office de tourisme de **Graves-Montesquieu**. Parmi de nombreux exemples, le guide du partenariat élaboré par l'office de tourisme de Graves Montesquieu peut être considéré comme un excellent modèle : https://docs.google.com/file/d/0B6fKbxvl4j-YY1d1WmI5VURKVzQ/edit

- Boutique :

La boutique de l'office de tourisme de **Saint-Emilion** est pionnière en France, à la fois dans le développement de la gamme de produits, la démarche marketing, et le chiffre d'affaires généré. Contact : Bertrand Millot, directeur de l'office de tourisme bmillot@saint-emilion-tourisme.com

- Billetterie :

L'office de tourisme de **Médoc Océan** a lancé un partenariat avec Awoo, qui lui permet de vendre en ligne et à l'accueil de la billeterie d'activités de loisirs : http://www.aquitaine-mopa.fr/IMG/pdf/depliant_tourisme_oct_2012.pdf
Contact, Nicolas Jabaudon, directeur : nicolas.jabaudon@medococean.com

- Vente de brochures :

L'office de tourisme de **La Rochelle** a initié il y a plusieurs années, la vente de brochure à l'accueil, et notamment son guide touristique, vendu à petit prix. Le produit de la vente permet d'amortir les coûts d'édition.
Contact : Christophe Marchais, directeur cmarchais@larochelle-tourisme.com

3 – commercialisation

ITEMS			Exemple	Diagnostic	Appel à projets
Mode d'emploi			*Exemple de réalisation (tout n'est pas à reproduire dans chaque territoire)*	*Le diagnostic prend en compte la situation du territoire au moment de l'appel à projets*	*Avis sur la pertinence de cet item pour le territoire.* *Le cas échéant, action à conduire*
Ressources financières	Commercialisation	Vente de séjours et forfaits	L'office de tourisme produit des forfaits touristiques et les commercialise.		
		Centrale de réservation	L'office de tourisme gère une centrale de réservations de meublé et/ou d'hôtel		
		Centrale de disponibilité	L'office de tourisme gère les disponibilités et en tire un revenu		
		Régie publicitaire	L'office de tourisme génère des revenus publicitaires grâce à des insertions publicitaires dans ses brochures, son site Internet, voire les écrans de l'accueil.		

Bonnes pratiques :

- Vente de séjours et forfaits.

L'office de tourisme de la **Soule**, sous la marque « Pays Basque, coteaux et montagnes » a mis en place un service de production de forfaits qui couvre un territoire mutualisé avec d'autres offices de tourisme. http://www.bearn-paysbasque.com/. Contact : Chantal Guissagaitz, directrice.

- Centrale de réservation :

L'office de tourisme de **Dax** a développé une centrale de réservation, avec un contact téléphonique direct (http://www.dax-tourisme.com/fr/cure-thermale/organiser-cure/reserver-hebergement.php). Contact : Rémi Dourthe, directeur. remi.dourthe@dax-tourisme.com
Autre bonne pratique : l'office de tourisme de **Sarlat** : http://www.dordogne-location-vacances.com/. Contact : Bouahlem Rekkas, directeur : b.rekkas@ot-sarlat-perigord.fr

- Centrale de disponibilité :

L'office de tourisme **d'Arcachon** a mis en place une centrale de disponibilité accessible de façon permanente en ligne. http://www.arcachon-tourisme.com/. Contact : Alain Vivien, directeur. alain.vivien@arcachon.com

- Régie publicitaire :

L'office de tourisme de Saint Jean de Luz a internalisé l'ensemble de sa régie publicitaire, et une commerciale, employée par l'office de tourisme, se charge de démarcher les partenaires. Contact : Isabelle Forget, directrice. direction.ot@saint-jean-de-luz.com

4 – évènements, gestion d’équipements, tourisme d’affaires

ITEMS			Exemple	Diagnostic	Appel à projets
Mode d’emploi			*Exemple de réalisation (tout n’est pas à reproduire dans chaque territoire)*	*Le diagnostic prend en compte la situation du territoire au moment de l’appel à projets*	*Avis sur la pertinence de cet item pour le territoire.* *Le cas échéant, action à conduire*
Ressources financières	Evènements		L’office de tourisme est organisateur d’évènements (festival, spectacle, foire, etc.) qui génère un revenu		
	Gestion d’équipements		L’office de tourisme gère un ou plusieurs équipements (camping, port, gîte, etc.) qui génère un revenu		
	Tourisme d’affaires	Gestion de Palais des Congrès	L’office de tourisme gère un Palais des Congrès ou des équipements (salles) dédiés au tourisme d’affaire		
		Bureau des Congrès	L’office de tourisme gère une activité de congrès, et dégage une marge commerciale sur cette activité		

Bonnes pratiques :

- Evènements :

L’office de tourisme de **Brive la Gaillarde** organise chaque année le « Brive Festival » qui a accueilli 75 000 visiteurs en 2013. Outre un apport à l’économie touristique, l’évènement est aussi une opération de développement local. Contact : Stéphane Canarias, directeur. http://www.brivefestival.com/

- Gestion d’équipements :

L’office de tourisme **d’Hendaye** (http://www.hendaye-tourisme.fr) gère plusieurs équipement, et notamment le château d’Abbadia, lieu de visite, ou le Port de plaisance. Contact : Jean-Sébastien Halty, directeur de l’office de tourisme. direction-station@hendaye.com

- Gestion de Palais des Congrès :

L’office de tourisme **d’Arcachon** gère également le Palais des Congrès de la ville. Contact : Alain Vivien, directeur. alain.vivien@arcachon.com

- Bureau des congrès :

L’office de tourisme **d’Angoulême** a développé récemment un bureau des congrès, et développé une activité commerciale autour de ce projet. Contact : Sylvain Couty, directeur : scouty@angouleme-tourisme.com

5 – optimisation des ressources

ITEMS			Exemple	Diagnostic	Appel à projets
Mode d'emploi			*Exemple de réalisation (tout n'est pas à reproduire dans chaque territoire)*	*Le diagnostic prend en compte la situation du territoire au moment de l'appel à projets*	*Avis sur la pertinence de cet item pour le territoire.* *Le cas échéant, action à conduire*
Ressources financières	Optimisation des ressources	Partenariat	L'office de tourisme a un ou plusieurs partenaires « sponsors » qui financent l'office de tourisme par des partenariats, comme la mise à disposition d'un véhicule contre partenariat publicitaire		
		Taxe de séjour	La taxe de séjour est en place sur le territoire L'office de tourisme joue un rôle dans l'optimisation de la perception de la taxe de séjour		
		Fédération de moyens	Par exemple, groupement d'achats avec d'autres offices de tourisme		
		Optimisation des dépenses	Une comptabilité analytique est mise en place Des objectifs de réduction des charges sont fixés		

Bonnes pratiques :

- Partenariat :

L'office de tourisme de **Saint-Emilion** a négocié un partenariat avec une régie publicitaire pour la mise à disposition gratuite d'un véhicule sur lequel sont vendus des encarts publicitaires. Contact : bmillot@saint-emilion-tourisme.com

- Taxe de séjour :

L'office de tourisme de **l'Entre-deux-Mers** gère la taxe de séjour pour le compte de plusieurs communautés de communes. En mutualisant l'opération, cela a permis de mettre en place un site internet dédié « mode d'emploi » (http://taxedesejour.jimdo.com/), d'investir dans un logiciel spécialisé et d'optimiser la collecte. Contact : Marie-Noëlle Guolo mnguolo@entredeuxmers.com

- Fédération de moyens

Les offices de tourisme de la **côte basque**, souvent coordonnés par le pays touristique « Terre et côte basque » mettent en commun de nombreux moyens de promotion, comme par exemple, leur application mobile. Contact : Laurence Fustec-Harispe contact@terreetcotebasques.com

- Optimisation des dépenses :

L'office de tourisme de **Biscarrosse** a mené un travail d'étude de ses coûts de revient avec la mise en place d'une comptabilité analytique assez fine. Cette analyse permet de définir les actions à développer en priorité. Contact : Frédérique DUGENY freddugeny@biscarrosse.com

La **MOPA** a adopté Toggl (www.toggl.com), un outil de gestion du temps très adapté aux petites équipes (solution gratuite jusqu'à 5 personnes). Contact : Jean-Luc Boulin jlb@aquitaine-mopa.fr